

# **STRATEGIEN ZUR INNENSTADTBELEBUNG IN NIEDERÖSTERREICH IM LICHT DER NEUEN EINKAUFSZENTREN-VERORDNUNG**

Die seitens der Niederösterreichischen Wohnbauforschung beauftragte und ebenfalls Ende 2007 fertig gestellte Studie stellt das Problem der Konkurrenz von Innenstadt und Einkaufszentren (EKZ) in den Mittelpunkt und untersucht, welche Strategien und Maßnahmen es bedarf, um Kooperationen zu ermöglichen und die Nahversorgung der Bevölkerung zu sichern.

Untersucht wurden Kennzahlen ausgewählter Einkaufszentren in Niederösterreich, konkrete Strategien zur Innenstadtbelebung in ausgewählten Gemeinden, nationale und internationale Trends zur Stärkung regionaler Zentren, ferner die Regelungssystematik von EKZ im Vergleich mit anderen Bundesländern sowie bereits bestehende Förderungsmöglichkeiten für Maßnahmen der Ortskern- bzw Einzelhandelsbelebung.

Die Studie wurde im Rahmen des Impulstages der Niederösterreichischen Wohnbauforschung am 04.06.2008 präsentiert und *kann als powerpoint-Präsentation per mail von der FGW angefordert werden.*

## **1. Rechtsgrundlagen betreffend EKZ in Niederösterreich**

Einkaufszentren in NÖ sind einerseits durch Bundesrecht, konkret Gewerbeamt, §77 Gewerbeamt, andererseits durch Bestimmungen betreffend Einkaufs- bzw. Fachmarktzentren im NÖ ROG 1976, LGBl. 8000-19 und die NÖ Warengruppenverordnung, LGBl. 8000/95-0 geregelt.

### **1.1. Gewerbeamt**

Die Gewerbeamt (GewO) unterlag einem mehrjährigen Entwicklungsprozess, hier in Kürze skizziert:

- BGBl. I Nr.63/1997 – Bestimmungen zur Genehmigung von EKZ bei gleichzeitiger Setzung von Maßnahmen zur Sicherung der Nahversorgung (§77 Abs. 5 bis 8) – GewO1994;
- EKZ-Verordnung - Verordnung des BMWA. Festlegung von Kenngrößen und Beurteilungsmaßstäben, BGBl. II Nr.69/1998;
- Erkenntnis des VfGH vom 2.12.1999: Aufhebung §77 Abs.8 GewO sowie der EKZ-VO;
- Neuregelung „Schutz der Nahversorgung“ mit BGBl. I Nr.88/2000 in §77 Abs. 5 bis 9 GewO 1994 sowie BGBl. II Nr.277/2000 – Konsumgüter des kurzfristigen und täglichen Bedarfs (Einkaufszentren-Warenliste-Verordnung);

- §77 Abs.8 GewO: Übertragung der Verordnungsermächtigung an die LH [verpflichtende (!) Festlegung verfassungskonformer Kenngrößen und Beurteilungsmaßstäbe durch Landeshauptmann in einer VO].

## 1.2. NÖ. Raumordnungsgesetz

Mit der 14. Novelle zum NÖ. Raumordnungsgesetz, welche am 2. März 2005 in Kraft getreten ist, wurde die Neuregelung von Handelseinrichtungen in §14 Abs. 2 Z.16 und § 17 festgesetzt. Mittlerweile (08.09.2007) ist bereits die 17. Novelle des NÖ. ROG, LGBL. 8000-23 in Kraft getreten.

Im NÖ ROG, §14 Abs.2 Z.16 werden Erleichterungen für Handelsbetriebe in Ortskernen festgeschrieben. Die Flächenwidmungsplanung sieht die

- Festlegung von Zentrumszonen;
- innerhalb dieser durch Zusatz „Handelseinrichtungen“ für die Widmung Bauland-Kerngebiet vor.

§17 des NÖ ROG regelt die zulässige Größe von Handelsbetrieben:

- in Zentrumszonen keine Beschränkung von Verkaufsflächen oder Bruttogeschosflächen;
- außerhalb der Zentrumszonen, aber noch innerhalb des Ortsgebiets max. 1.000m<sup>2</sup> Bruttogeschosfläche;
- außerhalb der oa. Bereiche (Peripherie): nur mehr 80m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Keine Beschränkungen gelten für

- nicht zentrumsrelevante Warengruppen (§17 Abs. 5) sowie
- den echten Großhandel und Fabriksverkauf (§17 Abs. 6).

Das NÖ ROG, §14 Abs. 2 sieht außerdem eine Abgrenzung von Zentrumszonen vor, die bisher in 20 Gemeinden ausgewiesen wurden. Dabei sind Mindest-Einwohner-Größen von Orten Voraussetzung; Zentrumszonen sind nur innerhalb einer bestehenden zusammenhängenden Siedlungseinheit mit mindestens 1.800 Einwohnern (EW) oder mit mindestens. 1.000 EW, wenn in angrenzenden Ortschaften zumindest 800 EW wohnen, vorzusehen.

Weiters sind für bestehende oder geplante Zentrumszonen folgende Kriterien zu beachten:

- gute Verkehrsanbindung im Individual- und öffentlichen Verkehr;
- dichtere Bebauung;
- hoher Durchmischungsgrad von Wohn- und anderen Nutzungen;

- Erscheinungsbild (geschlossene Bebauungskante).

Die Widmungen Bauland-Gebiete für Einkaufszentren bzw. Fachmarktzentren laufen aus. Aus der Verpflichtung der Absicherung von bestehenden EKZ und Fachmarktzentren (FM) im ROG sind Übergangsbestimmungen laut NÖ ROG, §30 Abs. 8 wie folgt geregelt:

2 Möglichkeiten sind vorgesehen:

- Objekte innerhalb einer festgelegten Zentrumszone (Widmung „Bauland-Kerngebiet-Handelseinrichtung“);
- andere (aufgrund des Standortes nicht als BK-Handelseinrichtungen gewidmete) Objekte sind als Bestand „B-EZ“ bzw. „B-FM“ im Flächenwidmungsplan kenntlich zu machen.

## **2. Strukturwandel in der Entwicklung des Einzelhandels**

Der allgemeinen Entwicklung des Strukturwandels folgend, gibt es auch im Einzelhandel einen Trend zur räumlichen und betrieblichen Konzentration: Gab es früher eine Vielzahl von unabhängigen Einzelhändlern mit einer relativ dichten Verteilung, so gibt es nun eine begrenzte Zahl an Filialisten mit einem teils weitmaschigen Filialnetz.

Die Ursachen für die Strukturveränderungen sind höchst unterschiedlich. Neben dem Konzentrationsstreben haben sich Einkaufsverhalten und Mobilität der Kunden nachhaltig verändert. Zum anderen zeigt sich der Strukturwandel aber auch in Hinblick auf die Bedeutung von Stadtzentren sowie großflächigen Einkaufsagglomerationen auf der Grünen Wiese.

Gleichzeitig findet sich in Niederösterreich eine überwiegend kleinteilige Siedlungsstruktur – die Entfernung zu Versorgungseinrichtungen nimmt zu, damit kann sich eine zunehmende Zahl an Haushalten nicht mehr nahversorgen. Parallel dazu nimmt die Bedeutung der alten Handelszentren – in der Regel Innenstädte – ab, da die Abwanderung der Einzelhändler häufig auch zur Abwanderung von Unterhaltungseinrichtungen wie etwa Kinos, aber auch von Banken etc. führt.

Zum Zeitpunkt der Erstellung der Studie gab es in Niederösterreich 17 EKZ mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 19.500m<sup>2</sup>, vor allem in der Region NÖ-Süd.

22 weitere Projekte entstehen. Handelsexperten gehen davon aus, dass der Expansionsdrang durch einen Verdrängungswettbewerb der Zentren untereinander ersetzt wird. Die allmählich zunehmende Leerstandsproblematik bei Fachmarkt-, aber auch Einkaufszentren wird derzeit noch größtenteils kaum thematisiert. Rechtlich gibt

es keine Möglichkeiten, Investoren oder Betreiber zu verpflichten, bei der Planung eine mögliche Nachnutzung zu bedenken oder für den Abriss zu sorgen. Letzterer kommt Betreiber in der Regel teurer als ein Jahre langer Leerstand der Objekte. Diese Thematik wird angesichts des zunehmenden Verdrängungswettbewerbs unter Fachmarkt- und Einkaufszentren zunehmend an Bedeutung gewinnen.

## **2.1. Kaufkraft-Index pro Haushalt**

Ähnlich wie die Verteilung der Bevölkerungszahl sind auch beim Kaufkraft-Index die höchsten Werte in den urbanen Räumen bzw. im Ballungsraum um Wien festzustellen. Einzelne Gemeinden erreichen beim Kaufkraft-Index pro Haushalt Werte von über 120. Eine Häufung von Gemeinden mit KKI-Werten von unter 90 ist im Waldviertel sowie in den Bezirken Lilienfeld und Neunkirchen sichtbar.

## **2.2. Einzelhandelszentralität**

Für das gesamte Bundesland Niederösterreich kann eine Einzelhandelszentralität<sup>14</sup> von 108 berechnet werden. Erstmals dürfte die landesweite Einzelhandelszentralität einen Wert von über 100 erreicht haben, was bedeutet, dass die Kaufkraftzu- die -abflüsse übersteigen, oder anders ausgedrückt, dass im Bundesland NÖ mehr Umsatz erwirtschaftet wird, als die heimische Bevölkerung an Kaufkraft besitzt.

Zurückgeführt wird diese Entwicklung primär auf die deutliche Verbesserung der Angebotsstrukturen, vor allem in den Bezirksstädten, und einer damit verbundenen Steigerung der Kaufkraft-Eigenbindungsquoten bzw. einer Reduktion der Kaufkraft-abflüsse über die Landesgrenzen.

Im Bezirksvergleich liegt Mödling bei der Einzelhandelszentralität deutlich voran (Anm. SCS-Effekt), gefolgt von Wr. Neustadt, Korneuburg, St. Pölten, Krems, Amstetten, Mistelbach, Waidhofen/ Ybbs und Gmünd (jeweils Werte von über 100). In allen anderen Bezirken liegt die Zentralität unter 100, was soviel bedeutet, dass in diesen Bezirken mehr Kaufkraft ab- als zufließt. Die schlechtesten Werte bei der Einzelhandelszentralität sind für die Bezirke Lilienfeld (69), Wien-Umgebung (68) und Melk (59) auszuweisen.

## **2.3. Verkaufsflächenstruktur und -dichte**

Bezogen auf die Verkaufsflächenstruktur liegt die Region „NÖ-Süd“ mit einer gesamten Einzelhandelsverkaufsfläche von knapp über einer Million Quadratmeter

---

<sup>14</sup> Die Einzelhandelszentralität beschreibt das Verhältnis der am Ort gebundenen Kaufkraft (Wirksame Kaufkraft) zu der am Ort vorhandenen Nachfrage (Kaufkraftvolumen). Wenn die Zentralität einen Wert über 100% einnimmt, fließt mehr Kaufkraft aus anderen Orten bzw. Regionen in den betrachteten Ort bzw. die betrachtete Region, als Kaufkraft aus dem Ort bzw. der Region abfließt. Liegt die Zentralität unter 100%, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die nicht durch Zuflüsse kompensiert werden können.

deutlich vor allen anderen Regionen, wobei zu berücksichtigen ist, dass die großflächigen Einkaufszentrums- und Fachmarkttagglomerationen im Ballungsraum Vösendorf/ Brunn mehr als ein Drittel dieser Verkaufsflächen ausmachen. Mit rund 300.000m<sup>2</sup> die geringste Verkaufsflächenausstattung ist für das Mostviertel auszuweisen.

Die meisten Bezirke in Niederösterreich verfügen über eine Verkaufsflächenausstattung in der Bandbreite von 100 bis 200 Tsd. m<sup>2</sup>. Deutlich darüber liegen die Bezirke Mödling, Wr. Neustadt und St. Pölten. Gesamtverkaufsflächen von jeweils „unter 50 Tsd. m<sup>2</sup>“ sind in den Bezirken Waidhofen/ Ybbs (Anm: nur Stadt Waidhofen), Lilienfeld, Waidhofen/ Thaya, Scheibbs festzustellen.

Im Verhältnis zur Einwohnerzahl weisen die Regionen „Weinviertel“, „NÖ-Mitte“ und „Waldviertel“ eine in etwa ähnliche Verkaufsflächendichte auf (1,7 bzw. 1,6 m<sup>2</sup> pro Einwohner), „NÖ-Süd“ (2,2) liegt deutlich voran, das „Mostviertel“ verzeichnet den niedrigsten Wert (1,3).

Nach Bezirken differenziert erreichen die Bezirke Mödling (3,9 m<sup>2</sup> pro Einwohner), Wr. Neustadt (2,7) sowie Korneuburg und Horn (je 2,5) die höchsten Werte, Lilienfeld und Melk hingegen die niedrigsten (1 m<sup>2</sup> pro Einwohner).

## **2.4. Regionale Verteilung der Gesamtverkaufsfläche**

Für die im Rahmen dieser Untersuchung behandelten konsumorientierten Einzelhandelsbranchen kann für das gesamte Bundesland Niederösterreich eine Gesamtverkaufsfläche von rund 2,76 Mio. m<sup>2</sup> ausgewiesen werden.

Etwa 53% dieser Fläche befinden sich in den näher untersuchten „Zentralorten“, also primär im urbanen Raum (Bezirkstädte und größere „Nebenorte“). Bei Betrachtung des Verkaufsflächenverhältnisses „Innenstadt zu Peripherie“ wird ersichtlich, dass in den meisten „Zentralorten“ 70 bis 80% der Verkaufsflächen außerhalb der Innenstädte situiert sind. Lediglich in Mödling (61%), Hollabrunn (47%) und Waidhofen/ Ybbs (46%) liegt der innerstädtische Verkaufsflächenanteil um bzw. über 50%. Eine extreme Peripherie-Lastigkeit der Verkaufsflächen ist in Horn (92%) gegeben.

16% sind größeren Einkaufs- und Fachmarktzentren außerhalb der „Zentralorte“ zuzuordnen.

Die restliche Verkaufsfläche (31%) verteilt sich auf das gesamte sonstige Landesgebiet und betrifft überwiegend Nahversorgungsstrukturen im ländlichen Raum.

## **2.5. Angebotsstrukturen**

Fast die Hälfte der Einzelhandelsverkaufsfläche ist Angebotsstrukturen im „Langfristigen Bedarfsbereich“ (insbesondere Möbel/Heimtex, Heimwerkerwaren, Elektroartikel) zuzuordnen, 30% der Fläche vereinnahmt der „Kurzfristige Bedarfsbereich“

(insbesondere Lebensmittel und Drogerieartikel) und 22% verteilen sich auf Güter des mittelfristigen Bedarfs (insbesondere Bekleidung, Schuhe, Sportartikel).

### **3. Nationale und internationale Trends**

Sowohl national als auch international zeigt sich, auch unter dem Druck der Politik, die dem Bedeutungsverlust gegensteuert, in den letzten Jahren ein langsames Umdenken – weg von der Peripherie zurück in die Innenstädte. Der Handel zieht dabei (zumindest theoretisch) mit: 33 Prozent der expandierenden Filialisten bekennen sich zu Innenstädten. Klar erkennbar ist, dass fast zwei Drittel der österreichischen Einzelhandelsketten Standorte in innerstädtischer Lage und in (unter anderem auch in bester Innenstadtlage befindlichen) Einkaufszentren bevorzugt. Den eindeutigen Wunsch nach stand-alone Standorten oder nach Standorten am Stadtrand hat nur jedes fünfte Unternehmen. Allerdings scheitert die Realisierung der Innenstadt-Wünsche oft am Mangel an adäquaten Flächen.

Der Shopping-Center-Report des EHI Retail Institut und des German Council of Shopping Centers von Sommer 2006 zeigt, dass die Betreiber von Einkaufszentren Deutschlands Innenstädte als bevorzugte Standorte wiederentdeckt haben. Nachdem jahrelang die grüne Wiese forciert wurde, werden nun deutlich mehr Center in den Innenstädten eröffnet. Für den Zeitraum 1964 bis 2000 betrug der Anteil der Standortlage Innenstadt 45,7 Prozent; bei den Neueröffnungen der Jahre 2004/2005 beträgt dieser Wert inzwischen 65,0 Prozent, während der Anteil innerstädtischer Lagen noch vor zehn Jahren bei 24,4 Prozent lag. Dieser Trend gilt gleichermaßen für Großstädte, Mittelstädte und Speckgürtellagen. Gerade letztere erkennen mehr und mehr, dass City-Center häufig ein geeignetes Mittel sind, abfließende Kaufkraft zu binden.

Gleichzeitig nimmt die durchschnittliche Größe der Neueröffnungen von Einkaufszentren in Deutschland ab. Im Durchschnitt beträgt die vermietbare Fläche heute 23.368 m<sup>2</sup> pro Objekt, sie ist seit dem Jahre 2000 um 4,3 Prozent gesunken.

Die Zahl der Einkaufszentren (wobei nach gängiger EHI-Definition eine Größe ab 10.000 m<sup>2</sup> berücksichtigt wird) in Deutschland stieg zwischen 1990 und 2006 von 93 auf 372, die Gesamtfläche stieg von 2,8 Mio. m<sup>2</sup> auf 11,7 Mio. m<sup>2</sup>. Allein in den letzten beiden Jahren sind 20 Center mit einer Gesamtfläche von 590.460 m<sup>2</sup> eröffnet worden. Der Boom der Einkaufszentren wird anhalten. Bis zum Jahr 2009 werden nach heutigem Planungsstand mindestens 61 neue Center entstehen.

### **4. Wege zur belebten Innenstadt**

Auf dem Weg zur belebten Innenstadt haben nunmehr viele Einkaufsorte den Handlungsbedarf erkannt und suchen nach Maßnahmen, um den Einzelhandel im Ort zu behalten bzw. ihn wieder zurückzugewinnen.

Angesetzt werden muss bei den Nachteilen, die Innenstädte gegenüber den peripheren Handelsstandorten haben: also bei der Verkehrsorganisation (ruhender Verkehr und fließender Verkehr), dem Branchen- und Unternehmensmix (Leerflächenmanagement, Hauseigentümergebeteiligung) sowie den Öffnungszeiten.

Weiters zählen Ambiente, präsentiert durch Stadtmöblage und Corporate Design, aber auch die Vereinfachung von Denkmalschutz-, Bauordnungs- und feuerpolizeilichen Bestimmungen (zB. bei Flächenzusammenlegung) dazu.

#### **4.1. Innerstädtische Einkaufszentren**

Innerstädtische Einkaufszentren bieten unter bestimmten Voraussetzungen die Chance, eine Abwanderung des Handels an die Peripherie zu verhindern bzw. eine Renaissance der Innenstädte einzuläuten. Von Betreibern und Investoren werden sieben Faktoren für den Erfolg genannt:

- Die strategisch geplante Lage und Größe;
- Überzeugende Konzepte für den privaten und öffentlichen Verkehr;
- ein individueller Branchenmix;
- Wohlfühlatmosphäre;
- Dialog mit den Kunden (schon in der Planungsphase);
- Überzeugende Sicherheitskonzepte;
- Kooperation mit dem örtlichen Einzelhandel, der Politik und Verwaltung.

Gute Erfahrungen haben Städte in diesem Zusammenhang auch mit der Einrichtung einer interdisziplinären Lenkungsgruppe gemacht, die für den gesamten Planungs- und Realisierungsprozess zuständig ist. Ein weiteres wichtiges Merkmal zum Gelingen der Kooperation innerstädtisches EKZ und Einzelhandel ist die möglichst frühzeitige Einbeziehung des örtlichen Einzelhandels in das Projekt.

Trotz allen Optimismus stellen innerstädtische Einkaufszentren für das Stadtbild und die -struktur inklusive Verkehr eine weitere Herausforderung dar. Vor allem auch deshalb, da durch jene Faktoren, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht für ein EKZ unabdingbar sind, oft nur ein geringer Spielraum für die städtebaulichen und örtlichen Gegebenheiten existiert. Zugeständnisse von Seiten der Investoren bzw. Developer sind in der Praxis nur dann möglich, wenn sie das betriebliche Konzept nicht betreffen. In der Praxis hat sich als nützlich erwiesen, wenn möglich die städtebaulichen Qualitätsziele in der Planung zu verankern. Am ehesten können sie durchgesetzt werden, wenn sie von einem das gesamte Verfahren begleitenden Gremium eingefordert werden können.

Im Rahmen eines Modulprojektes der „Stärkung des Handels in Stadt- und Ortskernen“, bei dem 11 Pilotgemeinden zwei Jahre lang (2005-2006) die Gelegenheit hatten, Maßnahmenpläne zur Stärkung des Handels in Stadtkernen zu erarbeiten und umzusetzen, haben sich folgende Erfolgskriterien herauskristallisiert, die auch aktuell ihre Gültigkeit haben:



- Je schneller die Beteiligten – Gemeindevertreter, Wirtschaftstreibende und Hauseigentümer – an einem Strang ziehen, desto effektiver sind die gesetzten Maßnahmen;
- Die Ziele müssen klar sein, die Arbeit mit Offenheit und Transparenz durchgeführt werden;
- Es ist wichtig, sich Kenntnisse über Kundenstruktur, Zielgruppe und Herkunft der Kunden zu verschaffen;
- Andere Branchen, wie Tourismus/Gastronomie und Dienstleistung einzubinden, bringt eine breitere Basis im Verein/in der Arbeitsgemeinschaft;
- Klare Organisationsstrukturen schaffen und Aufgaben verteilen gibt Sicherheit und bringt schnellere Ergebnisse;
- Alle, die in der Stadt wirtschaften, tragen zum Erfolg bei, Pflichtenhefte regeln die Zusammenarbeit;
- Die Finanzierung von anstehenden Maßnahmen absichern;
- Nicht nur die Beiträge der Wirtschaft, sondern auch die effektive Synergie mit den Möglichkeiten der Kommunen trägt zum Erfolg bei;
- Die Projektdauer abgrenzen, dafür aber feste Verpflichtungen eingehen;
- Schnelle Umsetzung erster (auch kleiner) Maßnahmen, um den Sog eines Erfolgserlebnisses weiterzunutzen;

## **4.2. Wohnen als Frequenzbringer**

Auch die Bedeutung des Wohnens im Zentrum ist nicht zu unterschätzen. Nach einer Phase der Abwanderung und zunehmenden sozialen Problemen, vor allem in Ballungszentren, zeigt sich international ein Trend zur Reurbanisierung. Parallel dazu hat sich in mittleren und kleinen Städten gezeigt, dass die Wohnfunktion in den Anstrengungen gegen das Verschwinden von Handels- und Dienstleistungsbetrieben in den Zentren eine nicht unbedeutende Rolle zukommt, da mit der Wohnbevölkerung für eine gewisse Basisfrequenz gesorgt wird. Mit einer innerstädtischen Wohnung können deren Bewohner ua. von der Nähe zum Arbeitsplatz, aber auch zur Infrastruktur (Schule, Ärzte, etc.) profitieren. Auch ökonomisch gesehen schneiden Innenstädte trotz höherer Miet- oder Wohnkosten besser ab, wenn man diese mit den Kosten für ein zweites Kfz, die Fahrtkosten für dieselben oder für öffentliche Verkehrsmittel (sofern es ein gutes Netz gibt) gegen rechnet. Dazu kommen ganz allgemein die Zeiten für das Pendeln bzw. der Stressfaktor Stau.

Diese Entwicklung könnte in Bezirksstädten mittel- bis langfristig noch deutlich zunehmen: angesichts der steigenden Zahl älterer und alter Menschen in ländlichen Gebieten ohne Nahversorgung oder sonstiger Infrastruktur (Ärzte, Post, Banken etc.) könnten diesen Wohnungen im Zentrum bzw. in Zentrumsnähe künftig noch attraktiver erscheinen. Eine funktionierende Nahversorgung schafft Lebensqualität

und trägt zur Belebung von Stadtgebieten sowie zur Erhaltung des historisch gewachsenen Ortsbildes bei. Gleichzeitig werden die soziale Kommunikation und der gesellschaftliche Zusammenhalt gefördert; gleiches gilt für kleinräumige Wirtschaftsstrukturen. Eine funktionierende Nahversorgung ist besonders für jene, die von ihr in erhöhtem Ausmaß abhängig sind, also für Ältere, weniger mobile Menschen, Frauen, die häufig Doppel- und Mehrfachbelastungen ausgesetzt sind, Personen ohne Kraftfahrzeug oder sozial Benachteiligte, wichtig.

### **4.3. BID – Business Improvement Districts**

Business Improvement Districts sind, kurz gesagt, Konzepte gegen Desintegration der Innenstädte. Dabei werden rechtliche und wirtschaftliche Gemeinschaften auf gesetzlicher Grundlage mit verbindlichen Regularien, gebildet, die die Planbarkeit von Maßnahmen ermöglichen.

Ihren Ursprung hat die BID-Business Improvement Districts-Methode in Kanada. Nachdem sich ein Juwelier im Stadtteil Bloor West Village in Toronto vergeblich darum bemüht hatte, die Stadtverwaltung zur Aufwertung der dortige Einkaufsmeile zu bewegen, setzte er auf Eigeninitiative. Gemeinsam mit Grundstückeigentümern und Lokalbetreibern startete er ein Pilotprojekt.

Die BID-Initiatoren – in der Regel Grundstückseigentümer und der örtliche Handel – definieren eine grundstücksgenaue Abgrenzung der BID-Zone. Danach werden ein mehrjähriger Projektplan erstellt (Baumaßnahmen, Marketingaktivitäten, Straßenreinigung, Sicherheitsdienst) und die Investitionskosten kalkuliert. Auf diesen basierend, legt die Gemeinde die BID-Abgabe fest. Gibt es keinen Widerspruch oder sprechen sich die Initiatoren mehrheitlich für die Umsetzung aus, wird die Abgabe beschlossen und anschließend mit der Grundsteuer eingehoben. Die Gemeinde leitet die Abgabe an die BID-Gesellschaft weiter, die diese wiederum für die geplanten Maßnahmen einsetzt.

In Deutschland setzen sich BID`s allmählich durch: In Hamburg beispielsweise wurde durch das Gesetz zur Stärkung der Einzelhandels- und Dienstleistungszentren bereits im Dezember 2004 eine Rechtsgrundlage geschaffen, auf deren Basis BID`s gegründet werden können. Auch in Hessen wurde mit dem Gesetz zur Stärkung innerstädtischen Handels eine entsprechende Grundlage geschaffen – allein in Gießen haben sich mittlerweile vier BID`s gebildet. Das Gesetz ermöglicht die Gründung von BID`s auf der Grundlage eines kommunalen Satzungsbeschlusses – in Hessen etwa schließen sich Hauseigentümer zusammen und vereinbaren ein Maßnahmen- und Finanzierungskonzept. Wenn sich nicht mehr als ein Viertel der betroffenen Eigentümer dagegen ausspricht, wird das BID gegründet und werden die Maßnahmen von allen finanziert. In einem Vertrag zwischen Stadt und BID wird festgelegt, wer welche Aufgaben übernimmt, die Stadt verpflichtet sich dazu, den Grundstandard weiter aufrechtzuhalten.

In Hamburg etwa wurde mittlerweile das Modell der BID`s auch auf den Wohnbau ausgeweitet, das entsprechende „Gesetz zur Stärkung von Wohnquartieren durch private Initiativen“ tritt am 1. Jänner 2008 in Kraft. beschlossen.

Im Zuge der Bildung von Housing Improvement Districts (HID) schließen sich private Initiativen aus Grundstückseigentümern zusammen, um gemeinsam ihr Quartier zu verschönern. Das Gesetz ist die Grundlage, auf der eine finanzielle Abgabe von allen Eigentümern eingezogen werden kann, wenn sich nicht mehr als ein Drittel der Grundeigentümer dagegen ausspricht. Das Abgabenaufkommen wird für die vorher festgelegten Maßnahmen im Quartier eingesetzt. Erstes Pilotprojekt für ein Innovationsquartier ist die Großwohnsiedlung Steilshoop. Umgesetzt werden sollen Maßnahmen, die nicht Aufgabe der Stadt sind. Denkbar sind beispielsweise Wohnumfeldverbesserungen, Lärmschutzmaßnahmen, neue Straßenmöblierungen, Imagekampagnen oder auch zusätzliche Serviceangebote für die Bewohner.

In Österreich übernehmen meist Gemeinde, Stadtmarketing und Land die Kosten für Evaluierung und Planung; bauliche Maßnahmen werden von privaten Investoren finanziert. Weltweit gibt es derzeit etwas mehr als 4.000 BID`s.

## **5. Beispiele zur Innenstadtbelebung in Niederösterreich**

### **5.1. Waidhofen/ Ybbs ( ca. 12.000 Einwohner)**

Seit Jahren gibt es in Waidhofen/ Ybbs ein Konzept zur Attraktivierung und Erneuerung des Stadtkerns. Ausgangspunkt waren eine Studie der Wirtschaftsuniversität Wien mit einer ausführlichen Erhebung der Innenstadtobjekte und Geschäfte sowie Telefonumfragen zur Parkplatzsituation und der Position als Einkaufsstadt, die Bestellung eines Innenstadtkoordinators (2005), der die Verbindung zwischen Wirtschaft, Hauseigentümern und der Stadt Waidhofen/ Ybbs darstellt sowie eine Teilnahme der Stadt Waidhofen/ Ybbs als Pilotgemeinde am Projekt des Landes NÖ „Ortskernbelebung Niederösterreich“.

Darüber hinaus wurden folgende Maßnahmen gesetzt:

- Einführung der Leerflächenerhebung ([www.komsis.at](http://www.komsis.at)), um einen transparenten Stand aller Leerflächen in der Innenstadt zu erhalten (professionelles Leerflächenmanagement);
- Förderungen zur Belebung der Innenstadt: Zinszuschuss für Investitionen bei Modernisierung von Geschäfts- und Betriebsräumen durch Zubauten, Umbauten sowie Neuanschaffungen sowie ein Mietzuschuss für Ansiedelungen im Zuge von Neugründungen sowie Betriebsübernahmen von zukunftsorientierten Unternehmen des Handels und konsumnahen Dienstleistungen im Bereich der Waidhofner Innenstadt. Darüber hinaus wurde im Rahmen der Landesausstellung, die im Jahre 2007 in Waidhofen/ Ybbs stattfand, eine

Fassadensonderförderung für die Renovierung von Fassaden sowie Innenhöfen und Räumen beschlossen;

- Jährliche Subvention der Stadt an den Verein „Stadtmarketing Waidhofen/ Ybbs“. Durchführung innenstadtrelevanter Veranstaltungen, wie Lange Einkaufsnacht, Nachtflohmarkt, Jugendveranstaltungen, Treffpunkt Innenstadt, Weihnachtsaktionen bzw. entsprechende Werbemaßnahmen unter dem Motto „Fahr nicht fort, kauf im Ort“. Weiters werden den Kaufleuten der Innenstadt Service- und Qualitätsverbesserungen angeboten;
- Verhandlungen mit Grundeigentümern zur Zusammenlegung von verschiedenen Objekten im Innenstadtbereich zur Errichtung und Betriebsnahme eines Einkaufszentrums unter Einbindung des Bundesdenkmalamtes;
- Einrichtung des Stadtbaubeirates, der Bauwerber bei der Realisierung von Bauvorhaben im Innenstadtbereich berät;
- Ausweisung von „Zentrumszonen“ in Zusammenarbeit mit Vertretern der Kaufmannschaft, dem Innenstadtkoordinator und der Stadt Waidhofen/ Ybbs;
- Diverse Verkehrsmaßnahmen für den Innenstadtbereich: eine Stunde Gratisparken bei den Parkdecks, die Verlängerung der Parkdauer in der gebührenpflichtigen Kurzparkzone im innerstädtischen Bereich mit einer Abgabe von 50 Cent pro Stunde (vorher pro halbe Stunde 50 Cent). An Samstagen sowie Wochentags zwischen 12.00 und 14.00 ist Gratisparken im gesamten Innenstadtbereich möglich. Der Citybusverkehr in der Innenstadt wurde verdichtet, eine zentrale Ein- und Ausstiegsstelle am Unteren Stadtplatz errichtet und eine 30 km/h-Zone in der Innenstadt geschaffen. Darüber hinaus gibt es nun ein Leit- und Infosystem für die Innenstadt;
- Koordinierung von gewerbe-, bau- und verkehrs- und denkmalschutzrechtlichen Verfahren bei der Realisierung von Bauvorhaben im Innenstadtbereich.

Erfolge wurden besonders durch das Leerflächenmanagement bzw. die Fördermaßnahmen erzielt: die im Innenstadtbereich vorhandenen Leerflächen konnten deutlich reduziert werden. Die gesetzten Verkehrsmaßnahmen, vor allem die Reduzierung der Abgabe, das Gratisparken und die Aufhebung der Gebührenpflicht an Samstagen in der Innenstadt konnten den Kaufkraftabfluss in umliegende Einkaufszentren (Amstetten, Steyr) teilweise bremsen. Die nunmehr koordinierte Vorgangsweise der Behörde reduzierte die Verfahrensdauer bei Abwicklung eines konzentrierten gewerbebehördlichen Betriebsanlagen-genehmigungsverfahrens auf ca. vier Wochen ab Antragstellung.

## **5.2. Tulln (ca. 13.600 Einwohner)**

Die Bezirksstadt Tulln hat zur Wiederbelebung ihres Stadtzentrums die erstmals in Kanada angewandte sogenannte BID-Methode (Business Improvement Districts) adaptiert. Parallel dazu wurde 2005 „Tulln Offensiv“ gegründet.

Als Ergebnis des dreijährigen BID-Projekts wurde ein Masterplan entwickelt, der neben einem innerstädtischen Einkaufszentrum die Errichtung eines Hotels inklusive Veranstaltungszentrum vorsieht. Das Einkaufszentrum „Rosenarcade“ (Investitionsvolumen: 45 Millionen Euro) mit etwa 16.000 Quadratmetern wird im März 2008 eröffnet. Eigentümer der Rosenarcade, deren 50 Geschäfte knapp ein halbes Jahr vor Eröffnung so gut wie vermietet sind und für das acht Liegenschaften quasi zusammengehängt wurden, wird die IG Immobilien, die Immobilientochter der Oesterreichischen Nationalbank, sein. Dieselbe übernimmt auch die unter dem Hauptplatz geplante Tiefgarage – und deren Finanzierung.

„Tulln Offensiv“ hat ferner Pläne zur Neugestaltung des Hauptplatzes ausarbeiten lassen – das Siegerprojekt wurde bei zehn Infoveranstaltungen den Bürgern vorgestellt – und das Projekt bei einer Volksbefragung im Juni 2007 mit 57 Prozent der abgegebenen Stimmen angenommen. Eine weitere Maßnahme zur Attraktivierung der Tullner City war die teilweise Überdachung des Rathausplatzes.

## **6. Förderungen zur Stärkung des Einzelhandels in NÖ.**

In Niederösterreich besteht bereits derzeit eine Reihe von institutionalisierten Förderungen, die die Stärkung des Handels in den Stadt- und Ortskernen und die Erhaltung der Nahversorgung in den Gemeinden zum Ziel haben:

- NÖ Dorferneuerung (1985)  
Verband NÖ Dorf- und Stadterneuerung;
- Stadterneuerung (1992)  
Landeskoordinierungsstelle für Stadterneuerung, Verband NÖ Dorf- und Stadterneuerung;
- Gemeinde 21 (2004)  
Lokale Agenda 21 in NÖ. Landesgeschäftsstelle für Dorferneuerung;
- Stadt- und Ortskernbelebung in NÖ (2005)  
Verband für Landes-, Regional- u. Gemeindeentwicklung,  
Landeskoordinierungsstelle für Stadterneuerung;
- NAFES, NÖ AG zur Förderung des Einkaufens in Stadt- und Ortszentren  
Kooperation WK und Land NÖ. Geschäftsstelle der NAFES, WK NÖ;
- Wohnbauförderung zur Ortskernbelebung;
- Nahversorgeraktion (NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds).

## 7. Empfehlungen und Strategien

Folgende Empfehlungen und Strategien waren aus der Studie abzuleiten:

- Denken in „Einkaufsraumdimensionen“;
- Umsetzung neuer Ansätze in Richtung einer verpflichtenden Beteiligung von Objektbesitzern und Unternehmern (zB: „BID“, Mittelverwendung aus der Tourismusabgabe) an Gemeinschaftsinitiativen zur Förderung des Einkaufsraumes;
- Etablierung von nachhaltigem Stadtmarketing;
- Forcierung von immobilienwirtschaftlichen Kooperationen: zusammenhängende Geschäftsflächen für attraktive Magnetbetriebe;
- Zurücklegung von Flächenreservoirs durch Kommunen;
- Gesamtkonzepte für die Stadtentwicklung;
- Wohnen in den Innenstädten und Ortskernen;
- Vernetzung innerstädtischer Einkaufslagen;
- Betonung der Stärken von Innenstädten, Unique Selling Point statt Filialisierung;
- Belebung der Innenstadt im Sinne einer Stadterneuerung;
- Parkraum und Aufenthaltsqualität;
- Gleichberechtigung aller Verkehrsteilnehmer;
- Raumordnung als wichtigstes Regulativ;